

# 高端茶饮品牌开放加盟: 憋大招还是没招了?

近期,喜茶宣布开放加盟业务引发市场关注。据称喜茶将在非一线城市以合适的店型,展开事业合伙人店,开展与古茗、书亦、蜜雪冰城等其他茶饮品牌的竞争。有业内人士认为,这是高端茶饮品牌在股价、估值迅速落后后,加速“向下侵蚀”中低端茶饮市场份额的无奈之举。

其实最近两年来,喜茶、奈雪等高端茶饮品牌,都不约而同地通过下调主力产品价格。目前,打开主流外卖平台已不难发现,不管是喜茶,还是奈雪,绝大部分茶饮产品,价格都在20元内。

而在不久之前,两大高端茶饮品牌更是相继推出了9.9元的咖啡、茶饮单品,使得消费门槛进一步降低。但是此举也使得原本定位中低端的茶饮品牌,纷纷展开了强力竞争举措。

那么,高端茶饮品牌价格逐步下探,甚至开放加盟业务、自降“身价”竟逐下沉市场,背后究竟有何原因?与中低端茶饮品牌正面厮杀,高端茶饮品牌的胜算能有几分?

「01」

高端茶饮不再“站着数钱”

2016~2021年,在资本的助推下,新式茶饮行业步入了蒙眼狂奔、快速发展的黄金五年。其中,以直营模式为主的高端茶饮品牌,更是成为了投融资机构疯抢的香饽饽。

“在新式茶饮投资最热的2018、2019年,喜茶、奈雪真就不缺钱。”

广州一家投融资机构的投资经理张琦(化名)表示,当时投资圈流传着一句话:只要是新式茶饮,投资人进场就是赢。至于像喜茶、奈雪等高端茶饮品牌,不是资本挑品牌而是品牌挑投资人,门槛相当高。

2016年正式更名的喜茶,在2019年品牌估值曾达到了90亿元。2021年,更有数据显示其融资后的估值高达600亿元;而创立于2015年的奈雪的茶,目前估值约为350~400亿元。

反观加盟制的中低端茶饮品牌,品牌估值似乎没有顶着小资、轻奢标签的高端新式茶饮可观。公开数据显示,即便已拥有超过20000家门店的蜜雪冰城,估值仅与拥有800余家直营门店的喜茶相当。

既然如此,高端茶饮品牌为何不继续坚持直营模式,反而要自降“身价”开放加盟业务呢?

张琦猜测,背后或与最近一年新式茶饮赛道退烧,行业投融资热度回落不无关系。

驼鹿消费研究院发布的《2022上半年新消费产业投融资趋势报告》显示:2022年上半年,咖啡、茶饮赛道一共发生了30起融资事件,合计融资31.94亿元。

去年同期相比,融资事件虽然仅少了1起,但融资总额较去年同期的88.45亿,却下降了63.8%。换句话说,新式茶饮品牌很难在投融资市场里,继续轻松捞钱了。

既然在一级市场里搞不到钱,那么二级



市场呢?

事实上,同为高端茶饮品牌,早在去年已经登陆港股的奈雪,股价已经跌去了一半有余。奈雪官方公告显示,今年上半年亏损超过2.3亿元,其盈利能力着实令人担忧。

“现在投资人投资茶饮项目,都相当谨慎,很看重项目本身的盈利能力。”张琦解释说,既然融资、上市都难解经营困局,高端茶饮项目也只能放下身段,降维与中低端品牌厮杀。

下调主力产品价格、有限度开放加盟业务,成为了高端茶饮品牌扩大消费群体,提升自身盈利能力的不二手段。只不过,在抢食下沉市场这件事上,高端茶饮品牌胜算似乎并不大。

「02」

高端茶饮“卷”不起来?

“在小城市,喜茶还不一定打得过这些中低端茶饮品牌。”

店主阿邦在汕头经营着两家茶饮品牌加盟店。尽管他没想到,喜茶会自降身段开放有限加盟业务,但他认为,即便小城市里多开几家喜茶、奈雪,也不会给其它茶饮品牌的加盟店销量,造成多大的影响。

毕竟,早在2020年,喜茶、奈雪的门店,早已在这座三线城市相继铺开。可在经过了一番观察之后,原本担心高端茶饮下沉小城会冲击小店生意的阿邦,彻底打消了顾虑。

“我至今仍记得,汕头第一家喜茶、奈雪开业的当天,门店挤满了顾客,排大队呀。”阿邦回忆,星湖城的喜茶店开业第一天,前来尝鲜的消费者大排长龙。据说顾客至少要排45分钟,才能顺利买到一杯茶饮,更别说在堂食消费了。

可如今,新鲜劲一过,这两家“第一店”也早已不见热闹的景象,任何时候去消费,都能在店内找到座位。

反观自己加盟的茶饮店,一到下午茶、饭点时段,店内打包、外卖的订单激增,点单后厨忙个不停。

“网红茶饮、高端茶饮,在小城市里开店,也只是刚开始的一两个星期火一些。”至于为何会出现这种现象,阿邦坦言,这与高端茶饮单品价格偏高有关。毕竟,小城市里居民收入普遍偏低,高端茶饮注定只能是偶尔喝一喝。

打开外卖平台不难发现,喜茶、奈雪

等高端茶饮的主力产品,单杯的价格在15~25元左右。古茗、书亦等中端茶饮,主力产品价格约在10~15元之间,而遍地开花的蜜雪冰城,甚至5~10元即可买到一杯果茶。

“作为三线城市,汕头上班族的收入算高了,一个月能有四、五千吧。”阿邦笑着说,即便是普通上班族每月四、五千的工资,也支撑不了每天一杯20元的下午茶。

他举了例子:蜜雪冰城4元一杯的柠檬水,每天一杯,连续喝上一个月,也才不过120元。相比之下,几元、十余元一杯的中低端品牌的茶饮,才是三、四线市场上消费的主力产品。

至于凸显小资氛围的高端茶饮门店,小镇青年也许只有在最初尝鲜、打卡,或是招待远道而来的客人、有商务洽谈需求时才会选择。这种高端茶饮店,功能上对标的是星巴克、Costa等高端咖啡连锁店。

那么,未来降维打击的高端茶饮品牌(开放加盟后),有没有可再度降价,让小镇青年也能经常消费?

阿邦并不否定这种可能性,毕竟两大高端茶饮品牌,目前已经基本消灭了30元以上的单品。

但他认为,一旦高端茶饮价格降到与中低端茶饮持平了,高端二字自然也无从说起,甚至还会导致一线城市部分小资消费群体,往星巴克等传统高端咖啡品牌回流。

在他看来,曾经通过高端品牌口碑赋能低端子品牌,低价冲量、探索下沉消费的做法,“喜小茶”的消失也已经证明行不通。

那么,高端茶饮品牌开放加盟制,真的只是“无奈之举”吗?

「03」

新式茶饮面对更多未知

相比起半年亏了至少2.3亿元的奈雪,喜茶的日子似乎也并不好过。早在今年2月,脉脉平台便传出了“喜茶年底裁员30%,全员无年终奖”的消息,两大高端茶饮均面临着“失血”的困境。

尽管没有任何迹象显示,在高端品牌的赋能下,未来的加盟业务能让喜茶能在竞争激烈的茶饮领域及下沉市场杀出一片天。但加盟业务在一定程度上,有可能让品牌实现快速“回血”。

相比高端茶饮品牌投入人力、财力,在城市重点区域开直营店,中低端茶饮品牌的

加盟制,无疑将开店试错的成本,转嫁给了加盟商。有业内人士指出,即便高端茶饮品牌的加盟店经营出现亏损,拿了加盟费的牌方也横竖不亏。

据红星新闻报道,成为喜茶的加盟商,费用除了首次需一次性缴纳41.3万元外,此后还需缴纳2万元/年系统运营使用费,以及5万元/三年的单店合作服务费。

“现在三、四线城市,中低端茶饮单店的加盟费用,普遍在20~30万元。”阿邦透露,目前高端品牌主要的直营门店,主要集中在二线城市以上,以及部分重点三线城市。

即便以最“虚”的合作费、培训费、保证金、系统费估算:若一年内在下沉市场扩张与直营店等量的加盟门店,即800家,到手费用可达2亿余元,完全有能力给现有的直营业务“输血”。

至于加盟店如何盈利,似乎也不是品牌方费心考虑的问题。据阿邦透露,纵观新式茶饮的加盟细则,几乎都是品牌方负责品牌口碑建设、单品价格制定、原料供应,无关具体经营。

换句话说,能不能活下去,全看加盟店自己。

其实,最近一两年新式茶饮的消费热度在逐渐退烧,即便是主打低价的低端茶饮店,日常的订单量也只能维持小幅度增长。

中国连锁经营协会发布《2021新茶饮研究报告》显示:2017~2020年,我国新茶饮市场收入的规模从422亿元,增长至831亿元,有望于2023年,达到1428亿元。

但报告同时也指出,2021年新茶饮的市场增速,已从2020年的26.1%放缓至19%。未来2~3年,新茶饮市场增速将阶段性放缓至10%~15%,可见新茶饮已经度过了市场增长高峰期,个别城市更是进入“过度竞争”阶段。

有业内人士认为,目前无论是高端品牌,还是中低端茶饮,加盟商在加盟开店之前,都应该谨慎审视,除了看加盟品牌的口碑影响力之外,还要结合当地消费容量。

艾媒咨询数据显示,2021年,全国经营超过一年的奶茶店仅占18.8%,超过八成的新品牌茶饮店在一年内倒闭。可以说,新式茶饮“入场就赚”的时代已经过去。对于目前高端茶饮品牌的“开放举措”,加盟者是不是也要多想想原因呢?

**华府冷暖空调**  
专业快速,服务DC/VA/MD  
电话:240-421-7363  
9-153

冷暖气机 热水炉  
中央空调 风管  
消毒杀菌灯 车库门  
维修 安装 保养

代理:  
Carrier  
Payne  
Goodman

冷暖气新机:  
零件10年保证 / 1年人工保证

**方氏冷暖**  
Carrier Trane 9-152  
240-651-9115

空调维修  
冷气暖气  
维修安装

质量保证  
价格合理

专业中央空调

**高氏冷暖**

住家商业 安装维修  
住家空调 抽风马达  
商业空调 风管改装  
水电改装 热水炉

机器10年 1年人工 价格合理 品质保证

代理多种名牌空调设备  
Carrier, Bryant, Payne, Goodman

电话:(240)636-8420

**安居冷暖空调公司**  
Infinity Air LLC 9-147

代理多种名牌空调设备  
Carrier, Bryant, Payne,  
Goodman

专业技术执照  
HVAC Master & Contractor License

电话:571-334-9893  
Licensed, Insured

**冷暖考版**

冷暖考版

9-147